

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

АРИНУШКИНА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА

**СПЕЦИФИКА PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ
МЕРОПРИЯТИЙ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ**

автореферат бакалаврской работы

направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Саратов 2017

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского.

Научный руководитель - д.ф.н., профессор Тихонова С.В.

Выпускающая организация - юридический факультет ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность работы. Актуальность выпускной квалификационной работы обусловлена массовостью распространения лженаучных тенденций в обществе и, как следствие, снижению качества просвещения и образования. Современное общество находится на качественно новом этапе в развитии технологий, науки и их взаимодействию с массами. Появляются такие проблемы, как трансдисциплинарность научного знания, изменимость механизма интеграции науки в общество. В последнее время в мире наблюдаются все нарастающие тенденции конфликта, возникающего между наукой и псевдонаукой, а не только между наукой и массами, которые предоставляемые им научные знания не понимают или не воспринимают. Таким образом, возникает необходимость в использовании средств формирования и методов сбора и изучения общественного мнения о науке, мнения, которое может оказать непосредственное влияние на ее развитие.

Сложная структура научного языка на сегодняшний день делает науку закрытой и недоступной для большинства членов общества, порождает непонимание на внедрение очередной научно-технической инновации, тем самым препятствует и прогрессу, и развитию новых технологий. Неблагоприятное общественное мнение может блокировать и тормозить развитие передовых научных технологий, например, генной инженерии. Так было обеспечено давление в направлении запрета тех или иных исследований, в частности, генетически-модифицированных растений в сельском хозяйстве.

Ответом на лженаучные тенденции является реакция официальных ученых, заключенная в проведении научно-популярных мероприятий, суть которых не только в доступном и понятном массам изложении научного знания, но и в развенчивании лженаучных мифов, стереотипов, «фактов». Журналист Ренат Атаев, один из блогеров просветительского медиа-проекта

об образовании Newtonew.com, в своей статье «Как интернет лженауку одолел» писал возникновении «здоровой» моды на науку и на противостояние дешёвым «мимикристам». Во многом данные изменения во взглядах на науку произошли благодаря технологиям Public Relations, вышедшим на новую платформу, которой стало Интернет-пространство.

Соответственно, подобного рода PR имеет свои специфические особенности, так как сфера медиа-пространства значительно отличается от других областей общественной жизни. Кроме того, распространение информации о подобных мероприятиях является важным аспектом, так как речь идет об образовательной функции события. Это еще раз подчеркивает высокую степень актуальности данной проблемы.

Целями дипломной работы является анализ особенностей организации научно-популярных мероприятий для улучшения их качества, а так же Интернета, как платформы для продвижения и информирования готовящегося события.

Основными задачами дипломной работы можно считать:

- 1) определение понятия и сущности Public Relations, его целей, видов, задач;
- 2) рассмотрение научно-популярного мероприятия как коммуникационного феномена;
- 3) рассмотрение особенностей научно-популярного мероприятия в Интернет сети;
- 4) рассмотрение специфики PR-деятельности для продвижения научно-популярных мероприятий.

При написании выпускной квалификационной работы были использованы труды ученых и практиков в сфере связей с общественностью А. М. Чумикова и М. Бочарова («Связи с общественностью»), С. Блэка («Public Relations»), Д. Грюнига («Управление по связям с общественностью»). Данные учебные пособия содержат материал, необходимый для понимания сути данного понятия и определения специфики Public Relations.

Представление понятия научно-популярного мероприятия и особенностей организации данного события было сформировано благодаря статье А.Г. Сергеева «[Стратегии научной популяризации в России](#)», в которой раскрывается значение термина и структура научного события.

Чтобы охарактеризовать научное мероприятие как коммуникационный феномен, нами были использованы работы Д. Гавра («Основы теории коммуникации»), О. Ю. Голуб и С. В. Тихоновой («Теория коммуникации»), а так же ряд схожих учебных пособий для студентов. В использованных учебниках рассматриваются понятия эффективности и эффекта коммуникации и перечислены способы оценки эффективности коммуникаций, также представлены основополагающие понятия, категории теории коммуникации и рассматриваются основные модели коммуникативных процессов. Используемые в работе учебные пособия позволили сформировать модели PR коммуникации в области научно-популярного мероприятия.

Кроме того, нами были использованы труды В. Гумбольдта («О внутренней и внешней организации высших научных заведений в Берлине») и Дж.Г. Ньюмена («Идея университета») для того, чтобы раскрыть суть классического университета и показываются его отличия от других учебных учреждений. Чтобы раскрыть работу классического университета в сфере популяризации научного знания, нами были использованы такие нормативно-правовые акты, как Федеральный закон об образовании в Российской Федерации, а так же Уставы нескольких вузов.

Структура дипломной работы состоит из введения, двух глав (в первой главе два параграфа, во второй главе два параграфа), заключения, библиографического списка и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе бакалаврской работы научно-популярное мероприятие рассматривается как коммуникативный феномен. Рассмотрены цели, функции и инструменты PR-сопровождения научных мероприятий.

Научно-популярные мероприятия являются неотъемлемой частью научной жизни и пространством приобщения к науке энтузиастов и интересующихся людей. Цели их проведения могут быть достигнуты в полном объеме с помощью применения арсенала приемов и инструментов связей с общественностью.

Первая глава раскрывает теоретические особенности Public Relations: значение термина, развитие данного инструмента маркетинговых коммуникаций, а так же ключевые характеристики и принципы, модели, функции и цели PR. Анализ приведенного материала показывает, что существует несколько подходов к определению значения связей с общественностью, PR рассматривается как искусство, как сфера деятельности, как система и как функция управления. Каждая точка зрения отражает сущность связей с общественностью.

В главе приведены ключевые особенности PR-сопровождения. Термин «PR-сопровождение», в контексте данной работы, рассматривается применительно к научно-популярному мероприятию. Нами были сформулированы цели PR-сопровождения. Цели зависят от того, что именно является объектом PR-сопровождения и так как объектом исследования в данной дипломной работе является научное мероприятие, то они, соответственно, и будут рассмотрены далее. Данные цели были сформированы исходя из общих целей PR-деятельности с учетом особенностей и специфик научных мероприятий.

Основная цель PR-деятельности в сфере науки заключается в создании двустороннего общения с целью выявления общих представлений, интересов, создания или придания известности научному знанию, а также для достижения взаимопонимания, которое основывается на достоверности информации, знании и надежности источников информации.

Другими целями PR-сопровождения научного мероприятия является:

- 1) популяризация научного знания и привлечение внимания аудитории к официальным научным знаниям, а так же опровержение лженаучных тенденций;
- 2) информирование целевой аудитории о предстоящем мероприятии;
- 3) формирование определенного мнения у целевой аудитории относительно объекта PR-сопровождения;
- 4) завоевание доверия целевой аудитории;
- 5) создание долговременных отношений со средствами массовой информации;
- 6) усиление эффекта от проведения спонсорских мероприятий.

Инструментами PR-сопровождения научного мероприятия являются фото и видео материалы, текстовые материалы, публичные выступления, специальные события и SMM продвижение.

Вторая глава дипломной работы раскрывает особенности, способы и виды популяризации научного знания классическим. На данный момент, классический университет представляет собой многопрофильное учебное заведение. К особенностям такого университета относится система специализированных факультетов, каждый из которых объединяют «родственные» направления (профили) подготовки. Иначе говоря, укрупненная структура факультетов предоставляет студентам возможность получить обширные универсальные знания, более фундаментальную подготовку, чтобы после выпуска студента могли адаптироваться в любых условиях: в госструктурах, бизнесе или [в своем личном деле](#).

Важнейшей частью университетской жизни является научно-исследовательская работа. В вузах регулярно защищаются диссертации, [готовят докторов и кандидатов наук](#). Таким образом, университет осуществляет в первую очередь научную работу. Необходимость формирования исследовательских компетенций декларируется во многих программных документах, регламентирующих деятельность вузов (в Законе об образовании и др.).

В соответствии с Уставом, университет ведет активную научную деятельность, вовлекая в нее студентов из всех высших учебных заведений города или страны. Чаще всего научная деятельность заключается в проведении научных конференций, затрагивающих актуальные вопросы современного общества или науки.

Университетом могут использоваться разные способы популяризации научного знания, однако базовыми являются следующие:

- 1) публикации в научных изданиях с целью продвижения идей в научном сообществе;
- 2) специализированные учебники для подготовки специалистов в вузах, школьные учебники, написанные более популярно с точки зрения специалистов науки;
- 3) научно-популярные издания или документальное кино для популяризации науки в массовом сознании.

Рассмотрение аспекта продвижения научного знания университетами в социальных сетях позволило прийти к выводу, что, развитие современных Интернет-технологий способно вывести на новый уровень не только популяризацию науки, как таковую, но и позволить перейти корпоративной культуре университета в данной области на совершенно новый качественный уровень.

Кроме того, во второй главе представлено социологическое исследование как метод сбора информации для улучшения качества организации научно-популярного события.

Для того чтобы понять отношение нынешних студентов к научно-популярным мероприятиям, организованным университетом, и уровень их мотивированности к посещению и участию, мы не только проанализировали результаты опроса, проведенного Мурманским государственным техническим университетом, но и провели свое социологическое исследование на тему мотивации студентов СГУ к участию в подобных мероприятиях. Для проведения исследования нами был использован сайт для создания опросов «iAnketa.ru».

Анкетирование проводилось среди студентов разных факультетов, курсов и специальностей Саратовского Государственного Университета им. Н. Г. Чернышевского. Цель опроса стало выявление степени вовлеченности и увлеченности студентов наукой, а так же выявление их предпочтений в выборе мероприятия для успешного проведения научных мероприятий на базе Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского. Задачей опроса был сбор информации для улучшения качества проводимых конференций, круглых столов, интеллектуальных игр и выявление путей повышения интереса к научно-популярным мероприятиям среди учащихся вузов.

Результаты опроса позволяют выявить необходимые критерии для увеличения интереса студентов к мероприятиям университета, понять, что необходимо добавить или исключить для того, чтобы мероприятие нашло свою целевую аудиторию. Организация конференций, круглых столов, научных форумов, интеллектуальных игр с учетом полученных данных позволят выйти университету на качественно новый уровень в сфере популяризации науки, как в корпоративной среде университета, так и за его пределами.

Стоит отметить тот факт, что использование массовых форм популяризации науки (фестивали науки, дни знаний, научные форумы, виртуальные выставки) формируют интерес студентов к научной работе, а это, в свою очередь, является важной задачей в обучении и подготовке студентов.

Перед популяризацией науки стоит большое количество задач, одной из которых является поддержание научной среды. Во многом достижение положительных результатов в сохранении научного пространства происходит благодаря инструментам и методам Public Relations. Наука является неотъемлемой частью общества и коммуникация между этими двумя субъектами просто необходима. Научно-популярное мероприятие, выступая коммуникационным феноменом, представляет собой сложную

систему коммуникаций. Так как данному виду мероприятий присуще большое количество особенностей, необходим индивидуальный подход к их организации и PR-сопровождению.

В настоящее время популяризация науки достигла нового уровня развития не только за счет Интернет технологий, но и благодаря такому понятию как edutainment. Edutainment – это игровое обучение, «форма учебного процесса в условных ситуациях, направленная на воссоздание и усвоение общественного опыта во всех его проявлениях: знаниях, навыках, умениях, эмоционально-оценочной деятельности».

Таким образом, происходит представление образовательного процесса, как развлечения. Любой заинтересованный человек, обладающий широким кругозором, может посетить нестандартную научную лекцию или прочесть книгу исходя из того, что это воспринимается как развлечение, а не образовательный процесс. Вписываясь в рамки понятия «развлечение» и выполняя данную функцию, наука поддерживает контакт с обществом и налаживает с ним связь, делая научное знание доступным и понятным для широких масс. Таким образом, посещение научно-популярных мероприятий стало своеобразной «модой».

В связи с этим, можно говорить о том, что использование массовых форм популяризации науки формируют интерес достаточно широкой аудитории – студентов и школьников. Привлечение учащихся школ и вузов к научной работе, является важной задачей в обучении и подготовке и качестве образования в целом.

На сегодняшний день в нашем распоряжении находится огромное количество сайтов, различных научно-популярных ресурсов ВКонтакте или фейсбуке, широко известная, с качественным PR-сопровождением, премия «Просвещение», ежегодная научно-практическая конференция по лженауке (и противостоянию ей) в СПбГУ, а также, разумеется, соответствующая комиссия в РАН и т.д. Все это, в совокупности, дает достаточно устойчивую платформу для дальнейшего развития средств популяризации научного

знания и не малую роль в этом развитии выполняет Интернет, как самое продуктивное средство для продвижения и информирования. Современные Интернет-технологии позволяют нынешнему обществу не только выйти на новый уровень в плане популяризации науки, но и позволить корпоративной культуре университета в данной области освоить другой качественный уровень.

Основные результаты проведенного исследования были изложены и апробированы в ходе выступлений на конференциях разного уровня:

1. IX Международная научно-практической конференция на тему: «Актуальные проблемы правового, социального и политического развития России» (21 апреля 2016 г.).
2. X Международная научно-практическая конференция на тему: «Актуальные проблемы правового, социального и политического развития России» (20 апреля 2017 г.).
3. Всероссийская научная конференция студентов и аспирантов высших учебных заведений «Слово и текст в культурном и политическом пространстве» СГУ им. Питирима Сорокина г. Сыктывкар (13 мая 2016г.).
4. V Международная научно-практическая междисциплинарной интернет-конференции «Гуманитарные науки и проблемы современной коммуникации» (25 мая 2016 г.).
5. XLIII Студенческая международная научно-практическая заочная конференция «Научное сообщество студентов XXI столетия. Общественные науки» (15 мая 2016г.).
6. VII Арсентьевские чтения «Парадигмы университетской истории и перспективы университетологии (к 50-летию Чувашского государственного университета имени И.Н. Ульянова)» (15 июня 2017 г.).

Результаты исследования легли в основу научной публикации:

7. Аринушкина А.А. «Борьба науки и лженауки в современном медиа – пространстве» // Стратегические коммуникации в современном мире: от теоретических знаний к практическим навыкам. Материалы Международной

научно-практической Интернет-конференции. [Электронный ресурс] -
Саратов: СГУ им. Н.Г. Чернышевского, 2016. С. 278 – 284.